

NUEVOS SEGMENTOS DEL TURISMO

El negocio espacial catalán

Los viajes al espacio se comercializan en Catalunya con vistas a ser una realidad a partir de finales de año ≡ Las empresas que venden los vuelos ganan dinero con otras actividades



► Agencia de viajes ► Ana Bru, de Bru&Bru, agente de Virgin Galactic.



► Joyería ► Juan Altimiras, de Alibor, vende vuelos de SXC.

SONIA GUTIÉRREZ
BARCELONA

El primer turista espacial, el estadounidense Dennis Tito, pagó 20 millones de dólares por estar casi una semana en la Estación Espacial Internacional (ISS) en el 2001. Muy pocas personas le siguieron, no por falta de ganas, sino de dinero. Pero la situación está cambiando. Empresas como Virgin Galactic preparan viajes al espacio por un precio cien veces menor. Lo suficiente como para convertirse en un prometedor negocio, en el que ya trabajan compañías catalanas.

Si el precio se ha rebajado es porque los primeros vuelos comerciales en la ISS eran orbitales (realizaban al menos una órbita terrestre), mientras que los que preparan empresas como la de Richard Branson son suborbitales, suben a más de 100 kilómetros de altura -desde donde se ve la curvatura de la Tierra- se están unos minutos y bajan. De momento, se han hecho pruebas, pero nadie ha podido viajar con esta modalidad. Las empresas

confían en que entre finales de este año y el 2015 comiencen los primeros vuelos suborbitales comerciales. Ya hay quien tiene plaza reservada.

La primera mujer española que irá al espacio con Virgin Galactic es Ana Bru, directora de la agencia de viajes Bru&Bru, elegida por la aerolínea en el 2007 para vender sus vuelos en España y Andorra. Bru&Bru, de Barcelona, está especializada en viajes de lujo y el turismo espacial es una oferta más de su catálogo, informa **Rebecca Bosch Bassat**.

Unas 670 personas en el mundo (entre ellos, famosos como el actor Ashton Kutcher) han reservado billete con Virgin Galactic, por unos 185.000 euros. Los viajes se anunciaban desde hace años, pero el calendario se ha ido retrasando. «No se trata de una carrera para conquistar el espacio, la principal premisa es la seguridad», dice Bru.

También la agencia *on line* Destinia, con sede en Madrid, vende viajes suborbitales, en su caso de Space Adventures. Sin embargo, aún no tiene clientes. Tienen más éxito experien-

cias como las de gravedad cero, que cuestan unos 4.200 euros.

No todos los agentes espaciales provienen del sector turístico. La catalana Alibor, por ejemplo, es una joyería. Es una de las últimas en entrar en el negocio espacial y lo hace de la mano del fabricante de relojes Luminor, a su vez socio de la holandesa Space Expedition Corporation (SXC). «Nuestra motivación es vender productos singulares, por eso entramos en la venta espacial», cuenta Juan Altimiras, director general de Alibor. De hecho, el cliente potencial de un vuelo suborbital tiene un perfil similar al que compra relojes de lujo. «Una cosa retroalimenta la otra», dice Altimiras, que espera captar de siete a 10 turistas en un año.

Los vuelos suborbitales de SXC cuestan unos 74.000 euros y ya se han apuntado famosos como el cantante Bob Geldof. Las naves son

«Nos estamos preparando para cuando sea algo masivo», dicen en Zero2infinity

más pequeñas que las de Virgin, con una plaza. En abril y mayo habrá una réplica en L'Illa Diagonal.

Zero2infinity es otro de los nombres a tener en cuenta. A diferencia del resto, esta compañía de Cerdanyola del Vallès fabrica los aparatos: son unos globos que vuelan a 36 kilómetros de altura. «Para ver el planeta azul, no hace falta ascender más. La forma de subir es lo de menos, lo importante es que sea seguro», explica José Mariano López-Urdiales, ingeniero aeronáutico y fundador de Zero2infinity. En globo, añade, se puede estar dos horas en el espacio y no solo unos minutos. El viaje cuesta 110.000 euros y ya tienen clientes con billete.

La compañía ha hecho vuelos no tripulados, con usos científicos y publicitarios. «Facturamos por algunos, pero el negocio grande estará en el turismo. Nos estamos preparando para cuando sea algo masivo», agrega López-Urdiales. ≡



► Aeronáutica ► López-Urdiales, en el globo que fabrica Zero2infinity.

CONFLICTO EN UNA INFRAESTRUCTURA

La Autoridad del Canal de Panamá intenta reanudar la obra

► El administrador envía una nueva propuesta al consorcio que lidera Sacyr

AGENCIAS
PANAMÁ

La Autoridad del Canal de Panamá (ACP) hizo ayer una propuesta al consorcio internacional Grupo Unidos por el Canal (GUPC), que lidera la española Sacyr, para reanudar las

obras de ampliación. La propuesta se basa en que ambas partes aporten financiación para continuar los trabajos, que el consorcio suspendió el pasado viernes por falta de acuerdo. El conflicto tiene su origen en los sobrecostes que, según el GUPC, ascienden a 1.200 millones de euros.

La propuesta de la ACP establece las fechas de entrega de las compuertas y finalización de las obras (que no han trascendido), pero «no

aumenta el precio contratado ni la aceptación de reclamación alguna», recalzó la autoridad panameña. El administrador del canal, Jorge Luis Quijano, dijo que la ACP mantiene «abierta la posibilidad» de un acuerdo, pero se sigue preparando para tomar las acciones que permite el contrato para reactivar el proyecto.

El GUPC, por su parte, presentó el viernes su proposición para llegar a un acuerdo de cofinanciación. ≡



► Acceso cerrado a la zona del material de las obras del canal, el jueves.